

ABSTRAK

Setiap tahun, industri makanan dan minuman kota Semarang berkembang. Agar tetap kompetitif, Chockles harus selalu melakukan terobosan agar dapat mengikuti pasar yang terus berubah. Artinya perusahaan harus selalu mencari cara baru untuk tetap berada di depan para pesaingnya dan tetap menjadi yang terdepan. Dengan kondisi bisnis yang tidak menentu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana inovasi dikandung dan dikembangkan. Kesulitan dan faktor kontinuitas berdampak pada desain inovasi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Pemilik dan staf Chockles berperan sebagai informan penelitian. Wawancara mendalam digunakan sebagai sarana pengumpulan data. Analisis kualitatif dengan model interaktif digunakan untuk menganalisis data. Dapat disimpulkan dari penelitian bahwa Chockles harus mampu bersaing dengan pesaing yang sudah ada maupun pesaing baru. Chockles juga perlu untuk menjaga harga yang terjangkau dengan cara melakukan spesialisasi pada rasa yang sudah ada (*existing*). Tujuannya adalah agar Chockles mampu menjaga konsistensi rasa sesuai dengan keinginan pelanggan yang juga ingin menikmati rasa yang sama. Cara manajemen chockles mendesain penentu keberhasilan bisnis agar mencapai keunggulan bersaing adalah dalam menentukan lokasi gerai. Lokasi yang dipertimbangkan untuk outlet Chockles adalah lokasi yang mendekati tempat pelajar dan mahasiswa yaitu yang berada di area universitas, kampus maupun kost. Selain itu dalam melakukan strategi branding, manajemen Chockles berusaha melakukan branding yang inovatif, menarik serta kuat melalui media sosial.

Kata Kunci : *keunggulan bersaing, strategi, keberhasilan bisnis*